

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri (akuntansi konvensional) menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kaum kapitalis), sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal sedangkan pihak yang lain sering diabaikan. Selain itu, keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal juga mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan dewasa ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985).

Tuntutan masyarakat terhadap perusahaan semakin besar. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga

karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal termasuk lingkungannya. Akan tetapi perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan karena hubungan perusahaan dengan sosial dan lingkungannya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik. Namun, tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk memberikan informasi mengenai aktivitas dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Hal ini disebabkan karena permasalahan lingkungan di Indonesia perlu dikaji secara mendalam supaya dapat dilakukan tindakan pencegahan dan perbaikan yang tepat. Oleh karena itu, dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting* (SRA) atau

Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial. Pengungkapan *Social Responsibility Accounting* menjadi hal yang sangat krusial dan akan memberi dampak kepada kelangsungan hidup perusahaan di masa datang.

Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, New York Stock Exchange memiliki *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula London Stock Exchange yang memiliki *Socially Responsible Investment* (SRI) *Index* dan Financial Times Stock Exchange (FTSE) yang memiliki *FTSE4 Good* sejak 2001.

Di antara negara-negara di Asia, penetrasi aktivitas CSR di Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2005 baru ada 27 perusahaan yang memberikan laporan mengenai aktivitas CSR yang dilaksanakannya. Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen (IAMI) sejak tahun 2005 mengadakan *Indonesia*

Sustainability Reporting Award (ISRA). Secara umum ISRA bertujuan untuk mempromosikan *voluntary reporting* CSR kepada perusahaan di Indonesia dengan memberikan penghargaan kepada perusahaan yang membuat laporan terbaik mengenai aktivitas CSR. Kategori penghargaan yang diberikan adalah *Best Social and Environmental Report Award*, *Best Social Reporting Award*, *Best Environmental Reporting Award*, dan *Best Website*.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Kajian mengenai *corporate social responsibility* semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat. Bahkan memberikan dampak negatif atas beroperasinya perusahaan,

seperti kasus PT Freeport dan PT Newmont. Hal ini pun ditegaskan Owen (2005) dan Susanti (2008) yang mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif nampak menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial.

IAI dalam PSAK No. 1 (revisi 1998) paragraf 09 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial yaitu “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup, laporan nilai tambah, khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. Tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan tujuan laporan keuangan, laporan perusahaan harus pula mencerminkan informasi tersebut. Menurut Freeman (1984) dalam Ambadar (2008) pada era terakhir ini pemahaman manajemen strategis mulai berkembang tidak hanya sekedar menguasai pelanggan saja, tetapi juga menguasai *stakeholder* yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Pendapat itu juga didukung oleh Svendsen (1998) dalam

Ambadar (2008) bahwa manajemen strategis mengalami perubahan yang mencolok, dimana dahulu yang dianggap *stakeholder* adalah investor, dewan direksi, manajemen, pelanggan, pemasok dan pemerintah, kemudian berkembang menjadi lebih luas menyangkut karyawan, serikat pekerja, dan masyarakat umum. Hasil-hasil penelitian empiris juga membuktikan bahwa *urgensi* tanggung jawab sosial perusahaan mendorong perusahaan-perusahaan khususnya diberbagai negara industri seperti Amerika dan negara-negara di Eropa mulai melakukan pengukuran (*measurement*), pengakuan (*recognized*) dan pengungkapan (*disclosure*) hal-hal yang bersifat eksternal. Salah satu studi yang dilakukan oleh Adam dkk (1997) dalam (Maksum dan Kholis, 2003) menunjukkan bahwa di enam negara Eropa, yaitu Jerman, Prancis, Swiss, Inggris dan Belanda, pelaksanaan praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang lazim dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dipertegas oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Strike dkk (2006) yang menyatakan bahwa CSR dapat menjadi sinyal positif bagi perusahaan yang mengumumkan menjalankan program CSR. Kewajiban untuk melaksanakan CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggungjawab sosial dan lingkungan (Dahlia dan Veronica, 2008). Kewajiban melaksanakan CSR juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di

Indonesia sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam Pasal berikut ini:

Pasal 15 berbunyi:

Setiap penanam modal berkewajiban:

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. Melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan;
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal;
- e. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 17 berbunyi:

Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 34 berbunyi:

Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam

Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:

- a. Peringatan tertulis
- b. Pembatasan kegiatan usaha

- c. Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
- d. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Penerapan CSR yang pada awalnya bersifat sukarela untuk memenuhi kewajiban perusahaan tidak memiliki kaitan dengan strategi dan pencapaian tujuan jangka panjang menjadi suatu kegiatan strategis yang memiliki keterkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan banyak sekali manfaat penerapan CSR secara benar dan konsisten. Kotler dkk (2005) menyebutkan bahwa terdapat manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan strategis tersebut. Menurut Rahman (2009) suatu kegiatan dalam praktiknya disebut CSR apabila memiliki sejumlah unsur, yaitu *continuity and sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan), *community empowerment* (pemberdayaan komunitas), dan *two ways communication* (komunikasi dua arah), sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan CSR yang akan dilakukan. Penerapan *corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). (Eipstein dan Freedman, 1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen

perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil seperti penelitian Sembiring (2005) yang berfokus pada *size*, *profitabilitas*, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage*, menunjukkan bahwa pengaruh signifikan positif antara *size*, *profile* dan ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian Rosmasita (2007) menggunakan variabel independen kepemilikan manajemen yang diukur berdasarkan prosentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen, tingkat *leverage*, ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas diukur menggunakan *net profit margin*, menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen memiliki hubungan signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dan juga untuk melihat pengaruh persentase kepemilikan manajemen dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian ini menemukan bahwa secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara *Corporate Social*

Responsibility dengan prosentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rawi dan Muchlish (2010) meneliti tentang kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage* dan *corporate social responsibility*, menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan kepemilikan institusi dan *leverage* perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Suaryana (2011) menggunakan lima variabel independen yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan adalah satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penelitian ini mengacu dari penelitian sebelumnya, yaitu oleh Suaryana (2011). Penelitian sebelumnya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. Sampel penelitian menggunakan perusahaan manufaktur yang *go publik* di BEI yang diperoleh dengan metode *purposive sampling* dan menggunakan periode penelitian tahun 2007-2009. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sampel perusahaan dan penelitian ini menggunakan periode tahun 2008-2010 dengan menggunakan instrumen *checklist* (daftar) untuk melihat pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan dalam tujuh kategori yang didasarkan pada peraturan BAPEPAM No.VII.G2. Selain itu juga penggunaan atau variabel lain yaitu tipe industri yang diprediksi akan berpengaruh terhadap pengungkapan jumlah *corporate sosial responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan yang berasal dari internal perusahaan, serta menghilangkan satu variabel ukuran dewan komisaris.

Penambahan variabel tipe industri dalam penelitian ini didasarkan pada penelitian Retno (2006) yang menjelaskan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Interaksi tipe industri menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dalam industri yang *high-profile* dibandingkan dengan industri yang *low-profile*. Hal ini berarti bahwa industri yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile*. Alasan yang mendasari menghilangkan variabel ukuran dewan komisaris karena pada penelitian Suaryana (2011) tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara ukuran dewan komisaris terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Pengetahuan dewan komisaris tentang tanggung jawab sosial masih sangat subyektif sehingga kurang dapat berpengaruh terhadap monitoring kepada manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, maka penulis ingin mengetahui sejauhmana pengaruh kinerja keuangan/karakteristik perusahaan yang diantaranya adalah ukuran perusahaan (*size*), kepemilikan manajemen, tipe industri, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Maka penulis melakukan peneltian ini dengan judul :
“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG *GO PUBLIK* DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2008-2010”.

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan perlu melakukan pengungkapan sukarela (pengungkapan sosial) karena perusahaan selain dekat dengan investor, kreditor, dan pemerintah, perusahaan juga dekat dengan lingkungan sosial. Maka dari itu perlu adanya pengungkapan sosial dalam prakteknya. Untuk itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur?
2. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur?

3. Apakah tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur?
5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.
3. Untuk mengetahui pengaruh tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Merupakan sarana untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan terhadap masalah-masalah yang sesungguhnya dihadapi perusahaan .

2. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan dan pendorong dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya

3. Bagi Masyarakat

Untuk menambah wawasan dan pemahaman tentang pengungkapan informasi CSR serta akan memberikan stimulus agar masyarakat proaktif sebagai pengontrol perilaku-perilaku perusahaan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan disajikan sistematika yang sedemikian rupa sehingga apa yang penulis kemukakan diharapkan mudah untuk dipahami.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang deskripsi teoritis variabel penelitian yang meliputi ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, tipe industri, leverage, profitabilitas, dan umur perusahaan dalam kaitannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, serta kerangka berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, populasi, sampel dan pemilihan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dan saran-saran bagi penelitian selanjutnya.